

株式会社サンゲツ 2025年3月期 決算・経営戦略説明会

2025年5月28日

代表取締役 社長執行役員 近藤 康正

証券コード：8130
(東証プライム・名証プレミア)

目次

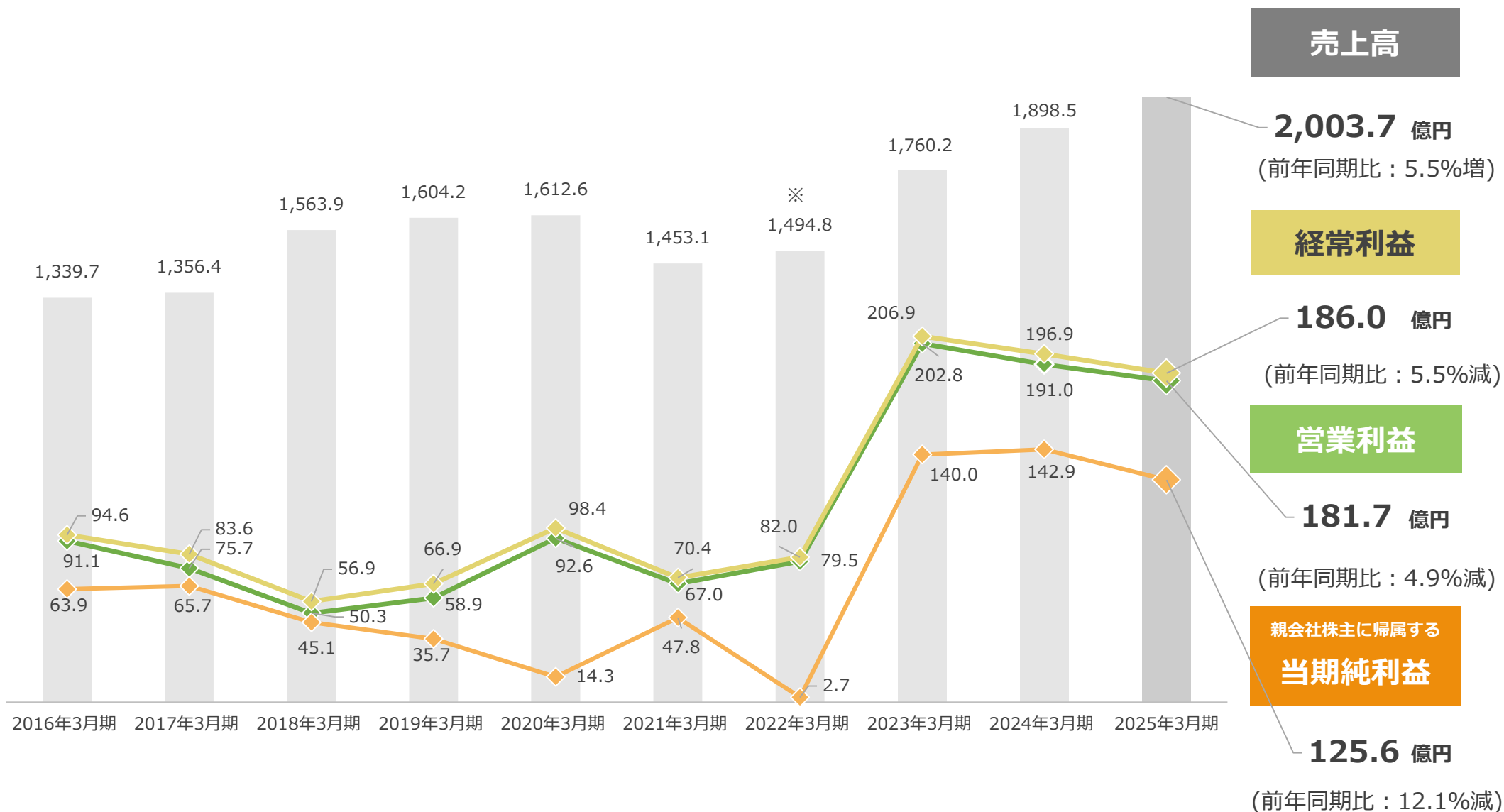
- | | | |
|-----------|--|----------------|
| 1. | 2025年3月期 決算概況 | p. 3～21 |
| 2. | 2026年3月期 業績予想 | p.22～26 |
| 3. | 中期経営計画(2023-2025)
【BX 2025】進捗状況 | p.27～46 |

1. 2025年3月期 決算概況

連結損益計算書

	2024年3月期	2025年3月期				(億円、%)
	実績	実績	前年同期比	通期予想	達成率	
売上高	1,898.5	2,003.7	+105.1 (+5.5%)	1,960.0	102.2%	
売上総利益	589.5	623.7	+34.1 (+5.8%)	605.0	103.1%	
(利益率)	(31.1%)	(31.1%)	-	(30.9%)	-	
販売費及び 一般管理費	398.5	441.9	+43.4 (+10.9%)	445.0	99.3%	
営業利益	191.0	181.7	▲9.2 (▲4.9%)	160.0	113.6%	
(利益率)	(10.1%)	(9.1%)	-	(8.2%)	-	
経常利益	196.9	186.0	▲10.8 (▲5.5%)	165.0	112.8%	
親会社株主に帰属する 当期純利益	142.9	125.6	▲17.2 (▲12.1%)	110.0	114.3%	

連結売上高・営業利益・経常利益・当期純利益の推移



2025年3月期 決算のポイント

■ 連結業績

- ・売上高は過去最高を更新
国内インテリアセグメント、海外セグメントにおける北米事業が寄与
- ・通期での営業利益以下は前年同期比で減益も、下期においては前年同期比で増収増益
- ・サンゲツ単体における価格改定の浸透および販管費コントロールの効果もあり、業績予想比で上振れ着地

■ 国内インテリアセグメント

- ・新築住宅を中心に市場が想定以上に低迷する中、主力の壁紙ではシェアを堅持
一方、第4四半期においては、一部の床材商品で主力サプライヤー工場における火災事故の影響が見られた
- ・調達コスト・物流費・ユーティリティコスト等の上昇による影響を、価格改定ならびに戦略商品である中型商品※の販促等により吸収し、売上総利益率は前年同期を維持
- ・販管費（主に人件費）は前年同期比で増加も、販管費コントロールにより業績予想内で着地

2025年3月期 決算のポイント

■ 国内エクステリアセグメント

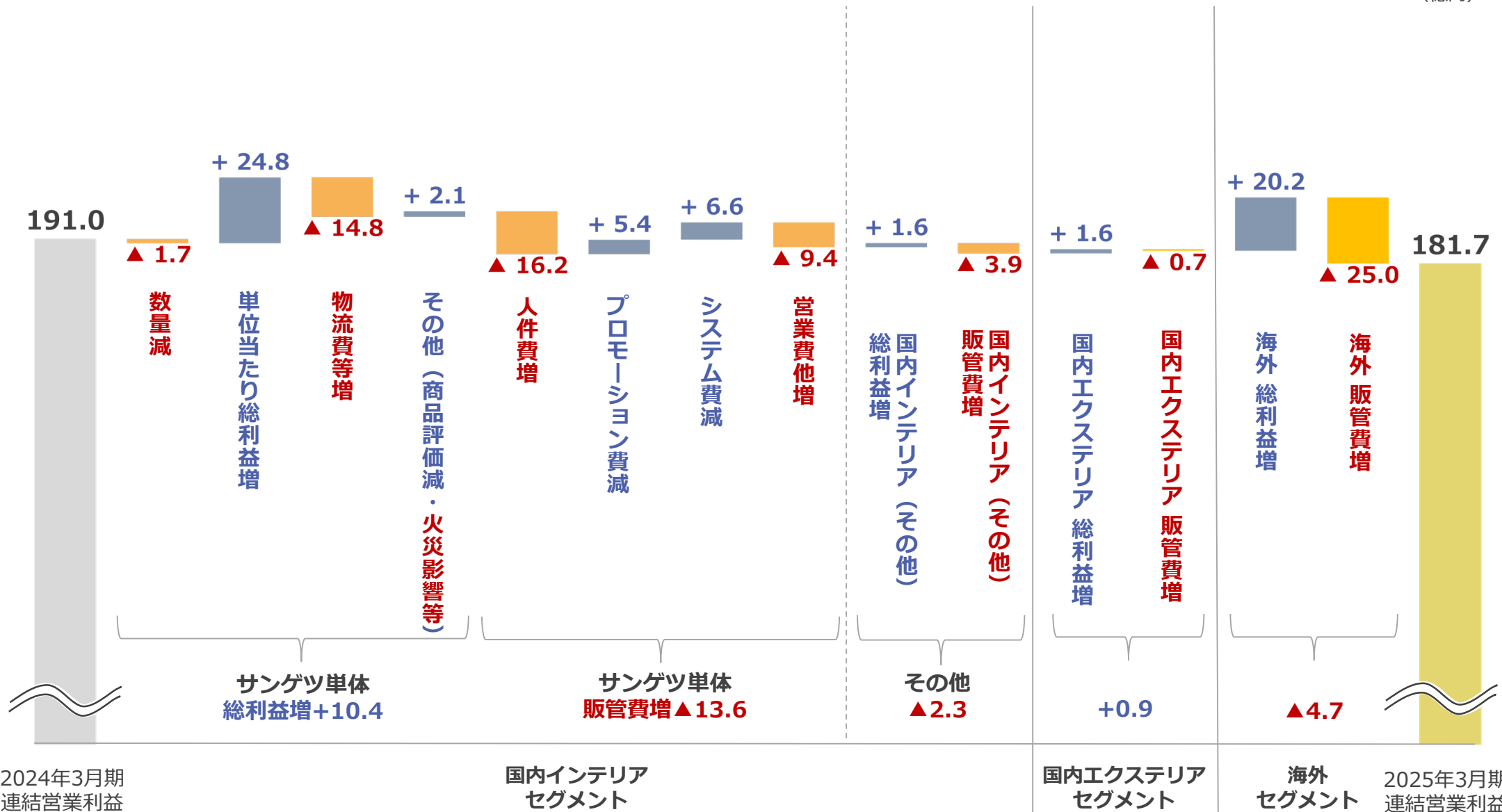
- ・ 同セグメントの中核であるサングリーンでは、新築住宅市場が低迷する中、仕入先メーカーの価格改定前の駆け込み需要や、新規出店した関東2拠点での拡販が売上増加に寄与
- ・ 上記要因による売上総利益増加で販管費増加を吸収し、黒字転換

■ 海外セグメント

- ・ 北米は前年同期比で増益も、東南アジア、中国・香港では赤字拡大
一方、第4四半期においては、東南アジアのコスト適正化等もあり赤字額は縮小
- ・ 北米では、自社製造壁紙の価格改定が主因となり売上高増加
売上増加に加えて、ロス率の改善により前年同期比で増益
- ・ 東南アジアでは、空間デザイン・総合施工を事業領域とするD'Perception社の業績寄与やマレーシア、タイの売上伸長により、前年同期比で売上高増加
利益面では主力のシンガポールにおける受注減少が影響し、損失は改善傾向であるものの、赤字継続
- ・ 中国では厳しい市場環境の中、組織体制再構築の一過性費用もあり赤字継続

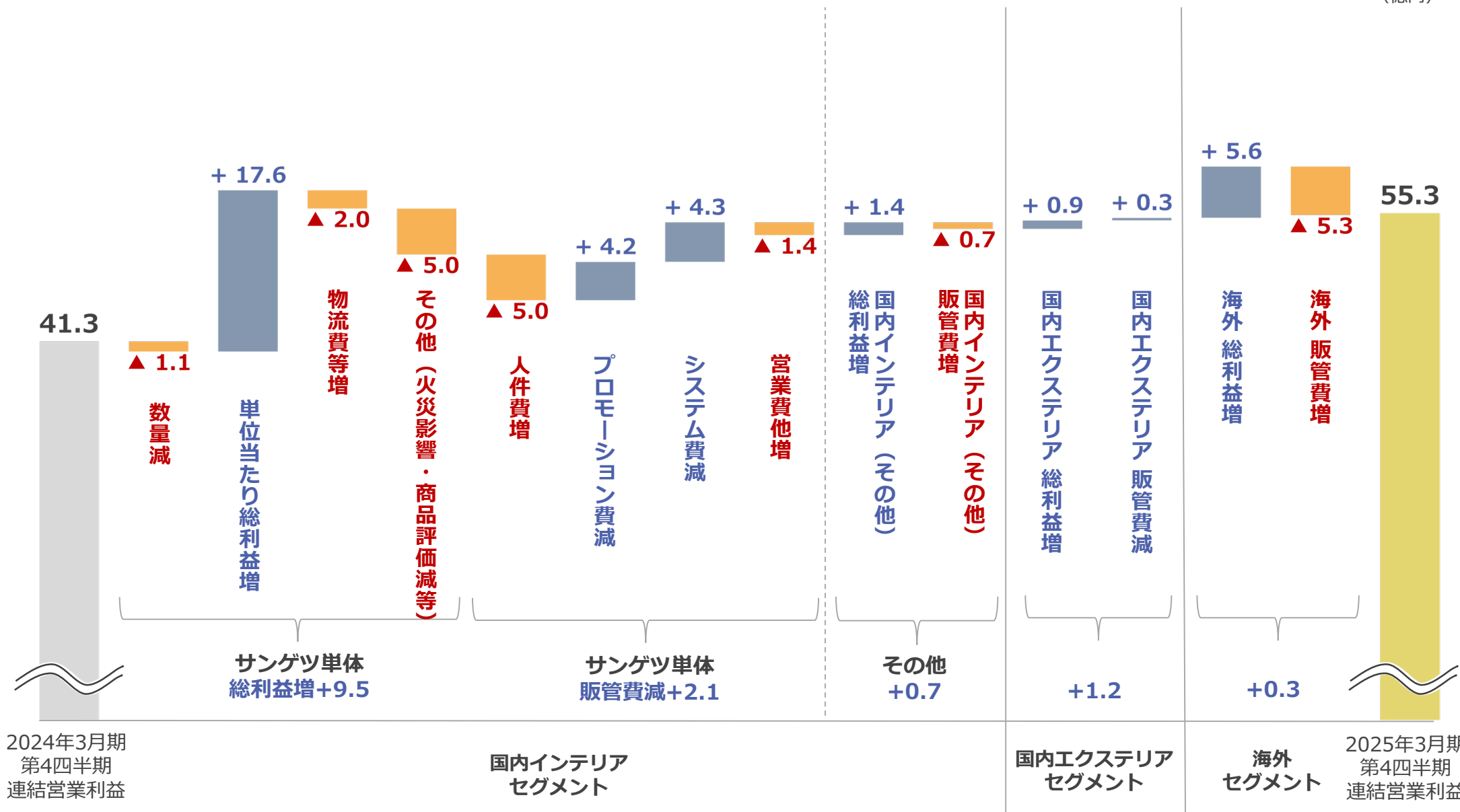
連結営業利益増減（前年同期比 4-3月）

（億円）



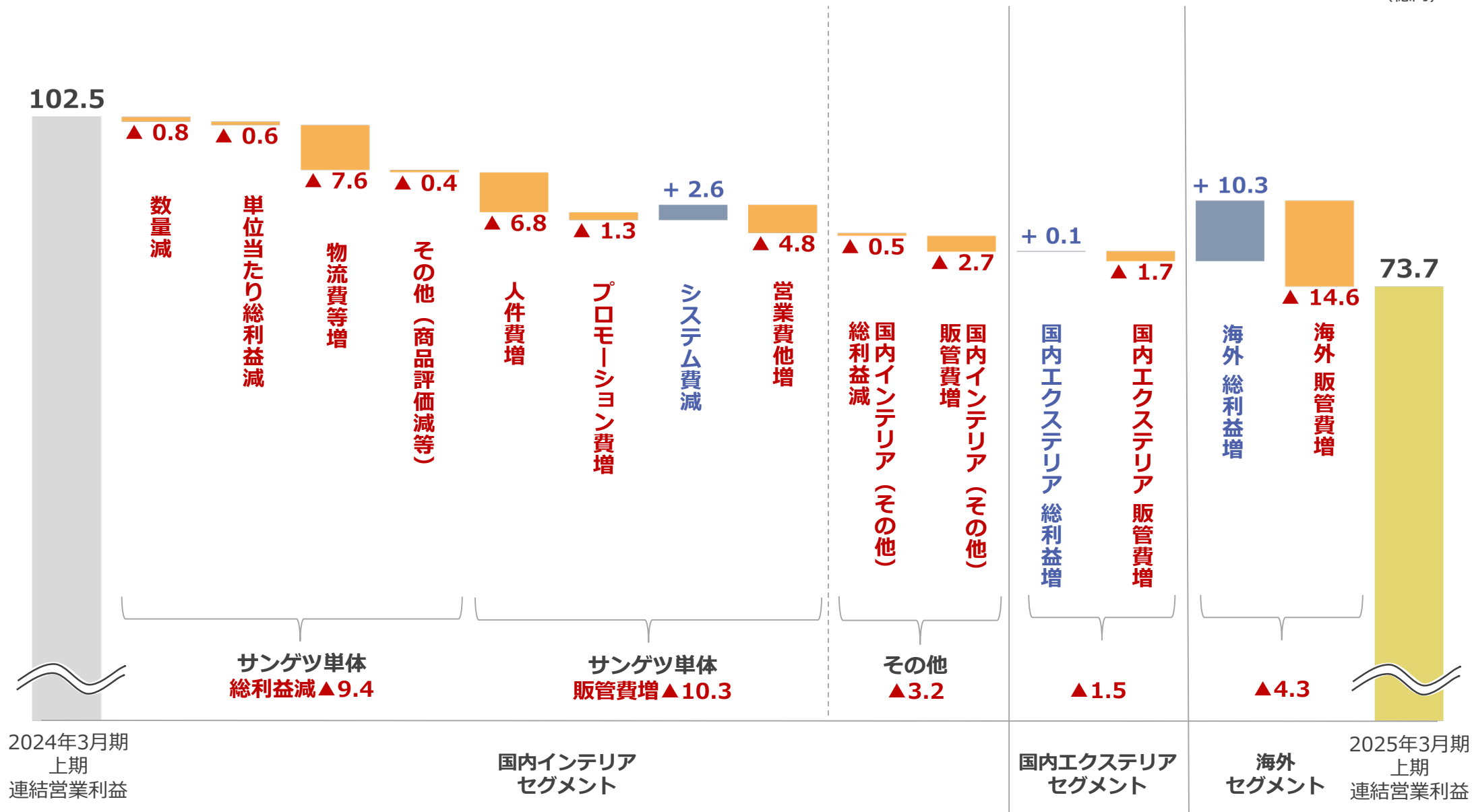
連結営業利益増減（前年同期比 1-3月）

（億円）



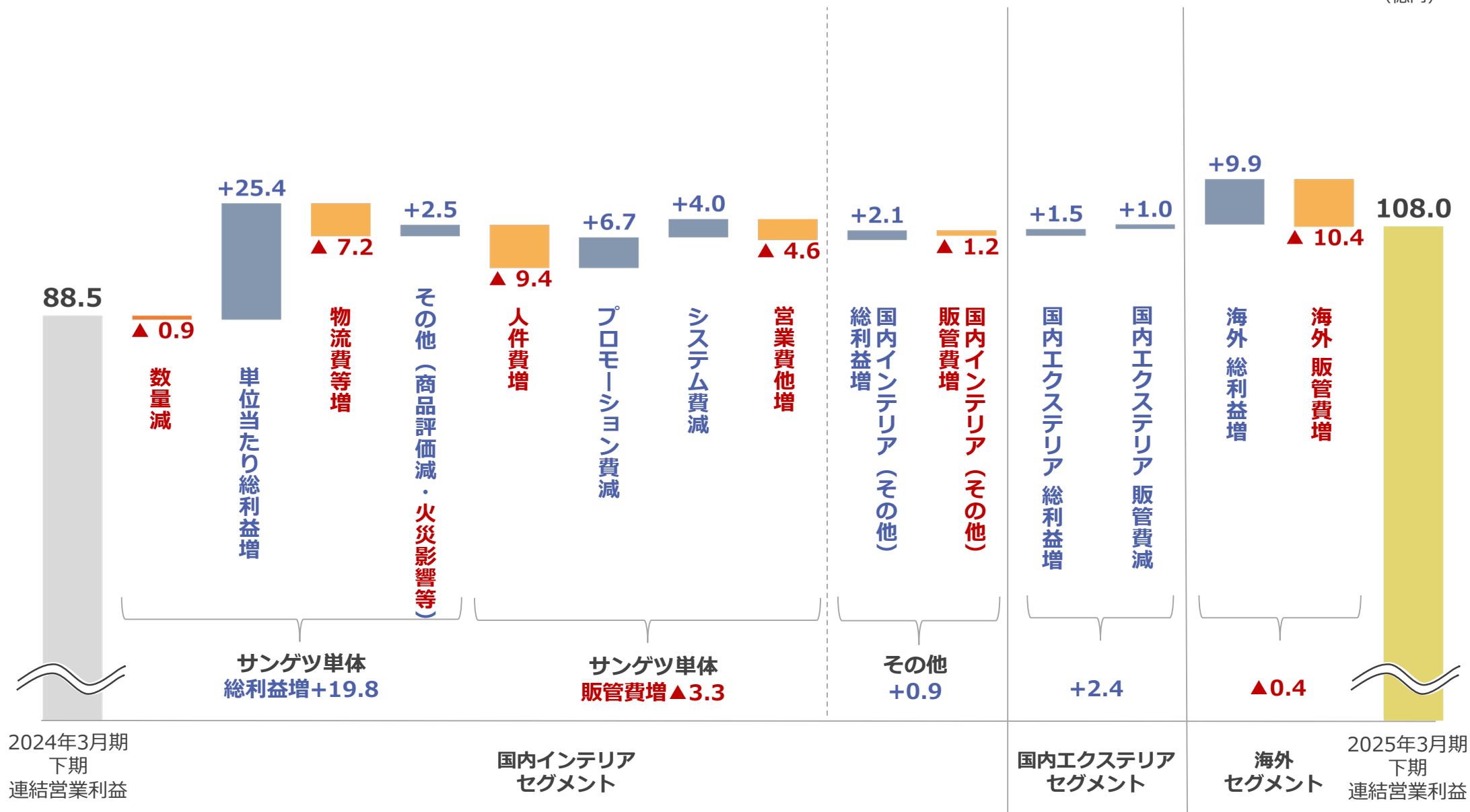
参考 連結営業利益増減（前年同期比 4-9月）

（億円）



参考 連結営業利益増減（前年同期比 10-3月）

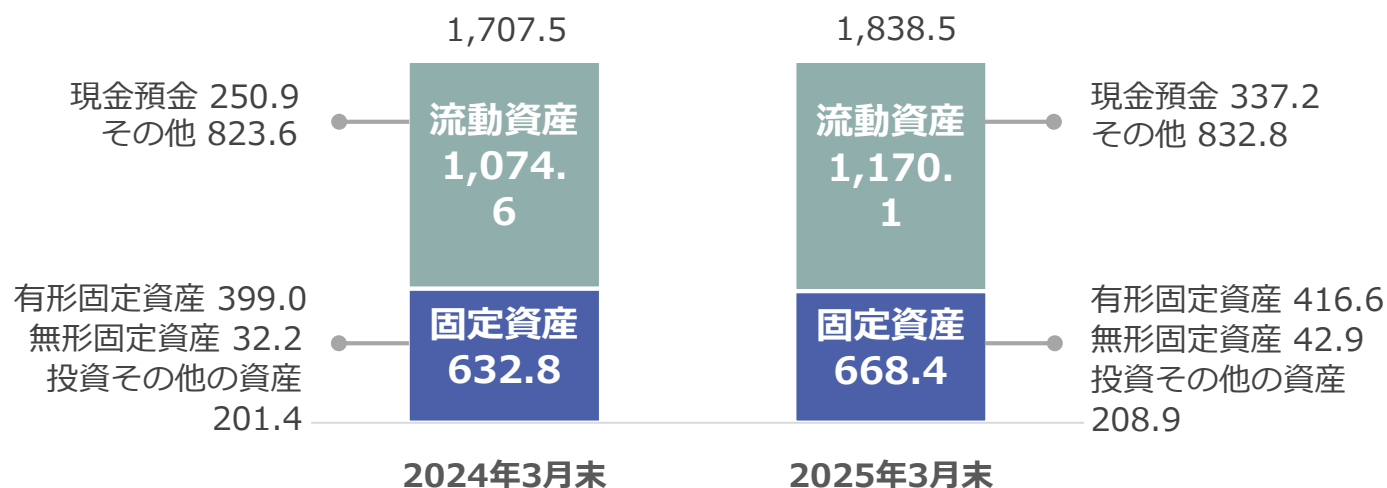
（億円）



連結貸借対照表

資産合計

(億円)



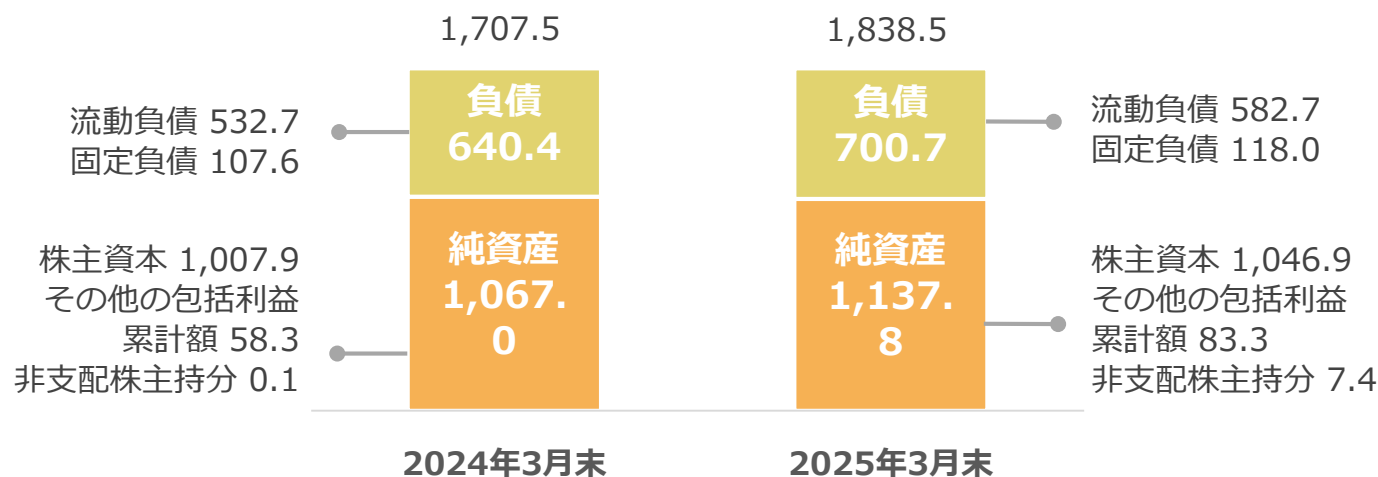
主な増減要因

- 流動資産 2024年3月末比
 - ・現金預金 +86.3
 - ・商品及び製品 +9.1

- 固定資産 2024年3月末比
 - ・有形固定資産 +17.5
 - ・無形固定資産 +10.6

負債・純資産合計

(億円)



主な増減要因

- 負債 2024年3月末比
 - ・短期借入金 +33.8
 - ・支払手形及び買掛金 +20.2
 - ・長期借入金 +20.0
 - ・退職給付に係る負債 ▲9.4

- 純資産 2024年3月末比
 - ・利益剰余金 +37.5
 - ・退職給付に係る調整累計額 +13.1
 - ・為替換算調整勘定 +8.4

連結キャッシュ・フロー計算書

現金及び現金同等物 2024年3月末比 +87.2

(億円)

■ 営業キャッシュ・フロー

+192.6

- ・税金等調整前当期純利益
- ・減価償却費
- ・売上債権の増減
- ・仕入債務の増減
- ・法人税等の支払額

+186.9
+31.8
+37.5
▲11.5
▲55.4

■ 投資キャッシュ・フロー

▲68.7

- ・有形固定資産の取得
- ・連結の範囲の変更を伴う子会社株式の取得による支出

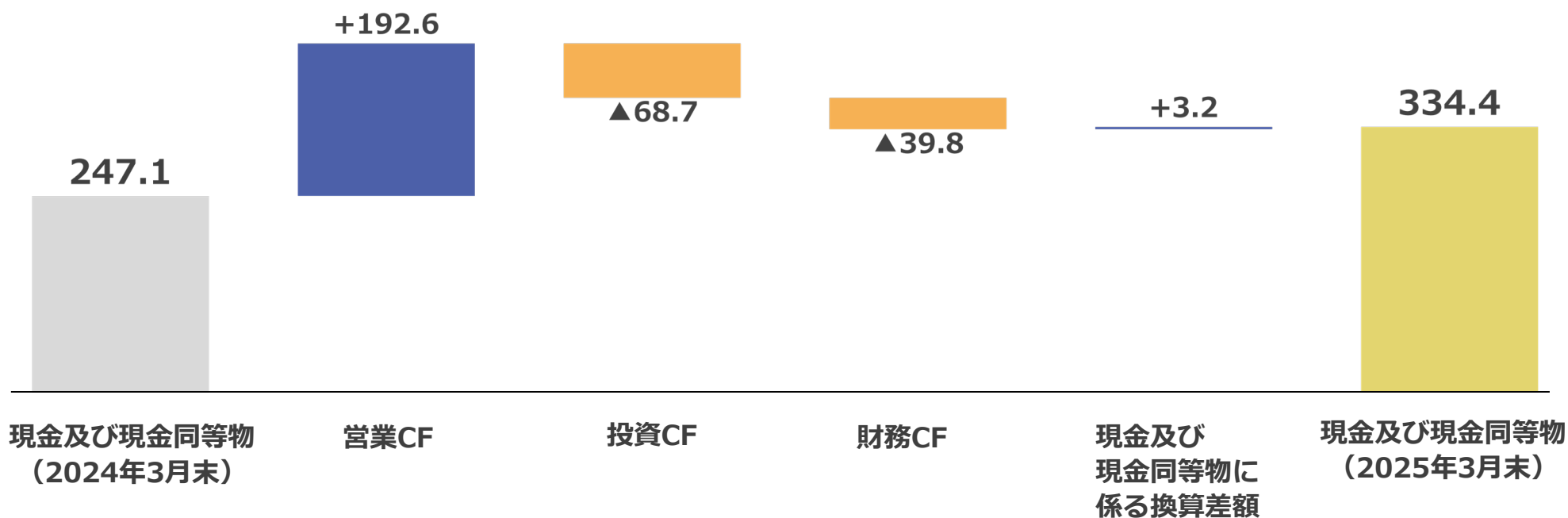
▲47.4
▲18.1

■ 財務キャッシュ・フロー

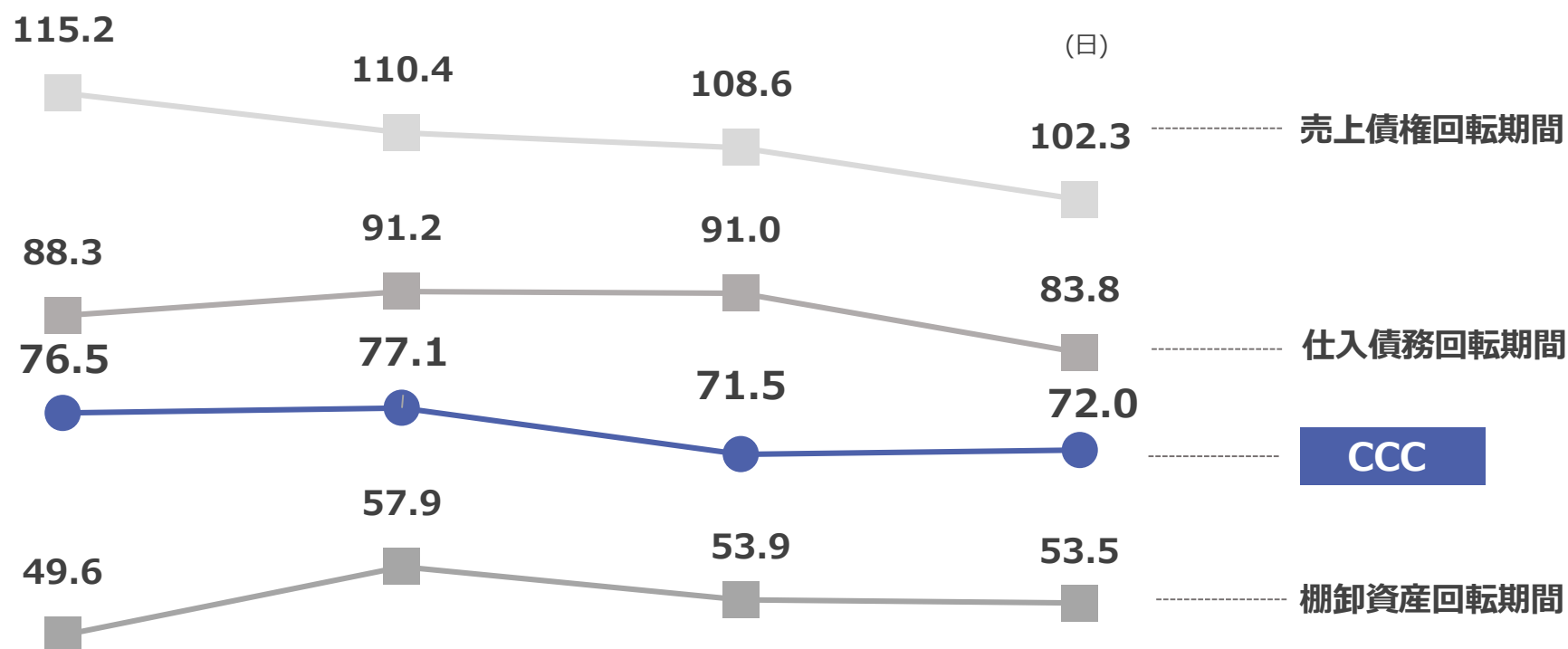
▲39.8

- ・配当金支払
- ・借入金増減

▲88.0
+53.8



連結Cash Conversion Cycle



	2022年3月期	2023年3月期	2024年3月期	2025年3月期
売上債権回転期間	115.2	110.4	108.6	102.3
仕入債務回転期間	88.3	91.2	91.0	83.8
棚卸資産回転期間	49.6	57.9	53.9	53.5
CCC	76.5	77.1	71.5	72.0

【BX 2025】
目標：70日※

セグメント別売上高・営業利益

	2024年3月期	2025年3月期			
	実績	実績	前年同期比	通期予想	(億円、%) 達成率
国内インテリアセグメント 売上高	1,591.5	1,639.8	+48.2 (+3.0%)	1,612.0	101.7%
壁装ユニット	772.3	786.4	+14.0 (+1.8%)	-	-
床材ユニット	563.5	573.7	+10.2 (+1.8%)	-	-
ファブリックユニット	95.0	96.0	+1.0 (+1.1%)	-	-
施工・その他	160.5	183.5	+22.9 (+14.3%)	-	-
営業利益	194.8	189.4	▲5.4 (▲2.8%)	167.5	113.1%
国内エクステリアセグメント 売上高	64.6	66.1	+1.4 (+2.3%)	63.0	105.0%
営業利益	▲0.7	0.1	+0.9 (-)	0.0	-
海外セグメント 売上高	242.9	297.9	+55.0 (+22.6%)	285.0	104.5%
営業利益	▲3.1	▲7.8	▲4.7 (-)	▲7.5	-
セグメント間取引調整(売上高)	▲0.5	▲0.1	+0.3(-)	-	-
セグメント間取引調整(営業利益)	0.0	0.0	+0.0(-)	-	-
連結売上高	1,898.5	2,003.7	+105.1 (+5.5%)	1,960.0	102.2%
連結営業利益	191.0	181.7	▲9.2 (▲4.9%)	160.0	113.6%

国内インテリアセグメント 国内建設市場の状況

住宅市場



新築

新設住宅着工統計 前年同期比

新設住宅着工戸数

新設住宅着工床面積

1~12月	▲3.3%	1~12月	▲5.1%
4~3月	+2.0%	4~3月	+1.0%

リフォーム

国土交通省

建築物リフォーム・リニューアル調査 (受注高)

前年同期比 (2024年4月~2024年12月)

住宅合計	0.3%
戸建て	▲1.0%
共同住宅	+2.6%

新築

民間非居住建築物着工床面積

(使途別、倉庫・工場を除く) 前年同期比

2024年	1~12月	▲7.6%
2024年度	4~3月	▲10.2%

2023年度 ▲9.0%

2022年度 ▲6.5%

2021年度 +4.2%

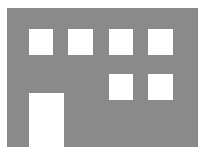
リニューアル

建築物リフォーム・リニューアル調査 (受注高)

前年同期比 (2024年4月~2024年12月)

非住宅合計	+4.6%
事務所	▲18.7%
飲食	+43.1%
物販	▲8.5%
医療	▲25.7%
宿泊	▲8.9%
福祉	+6.6%

非住宅市場



国内インテリアセグメント 壁装材・床材売上状況

壁装材

2025年3月期
壁装ユニット売上高

786.4億円
(前年同期比+1.8%)

当社出荷数量
前年同期比

(2025年3月期 4-3月)

▲1.1%

床材

2025年3月期
床材ユニット売上高

573.7億円
(前年同期比+1.8%)

当社出荷数量
前年同期比

(2025年3月期 4-2月)

▲4.6%

※ 2025年2月頃より仕入先サプライヤーの火災事故の影響あり

業界全体の壁紙出荷数量※
前年同期比
(2025年3月期 4-3月)

▲2.4%

出典：一般社団法人日本壁装協会
※壁紙（塩化ビニル樹脂系+プラスチック系）で算出

業界全体の床材出荷・生産数量
前年同期比
(2025年3月期 4-2月)

▲0.5%

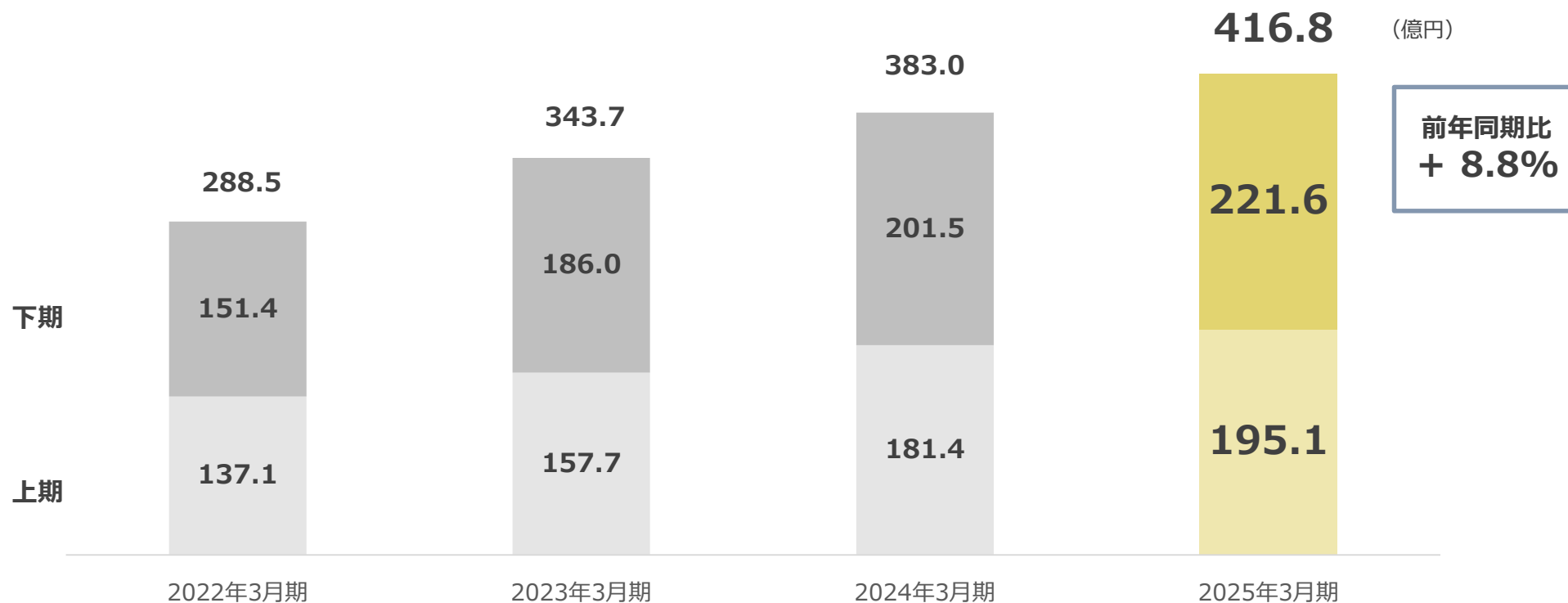
出典：一般社団法人日本インテリア協会（塩ビ系床材）
日本カーペット工業組合（繊維系床材）

国内インテリアセグメント 中型商品売上状況

中型商品

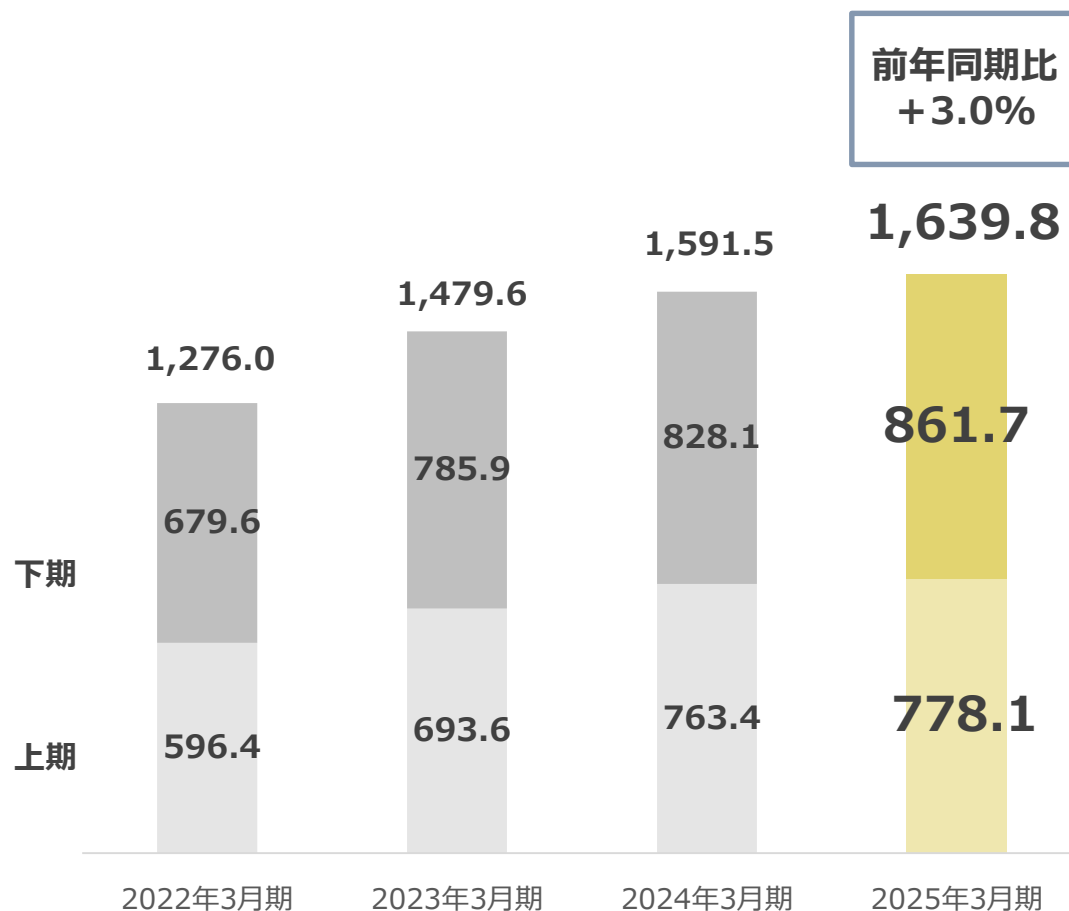
現中期経営計画において戦略商品として位置付ける
シェアの拡大余地や市場の拡大が期待できる商品群

リアテック（粘着剤付化粧フィルム）、ガラスフィルム
カーペットタイル、フロアタイル、椅子生地

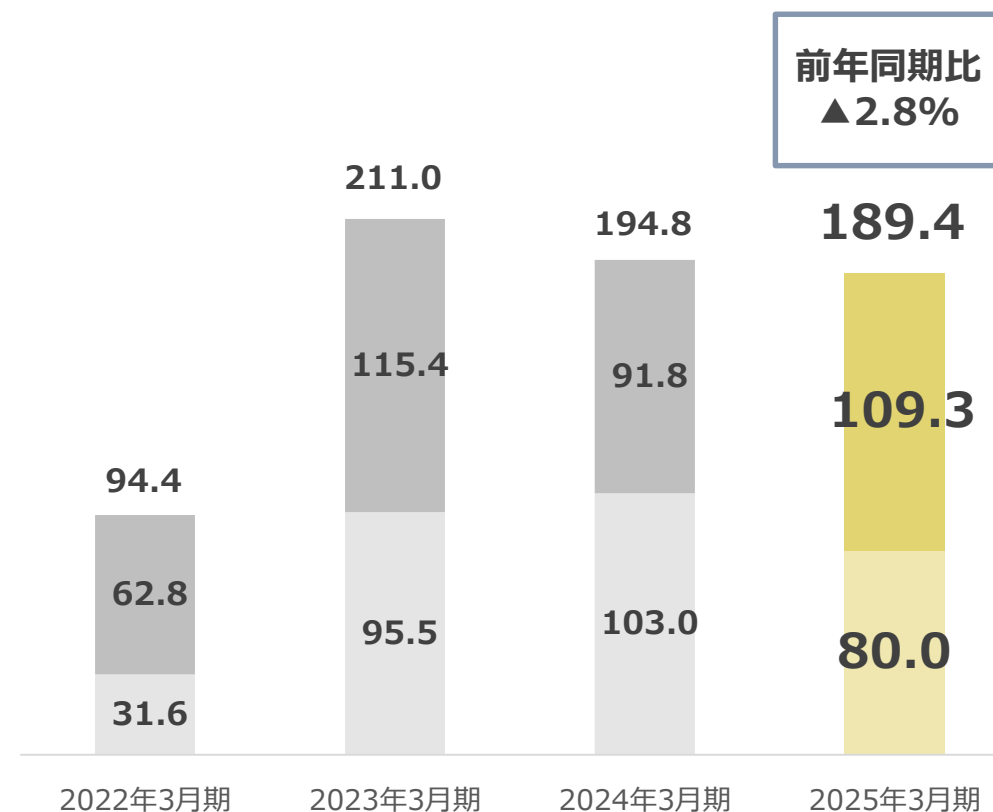


国内インテリアセグメント 売上高/利益推移

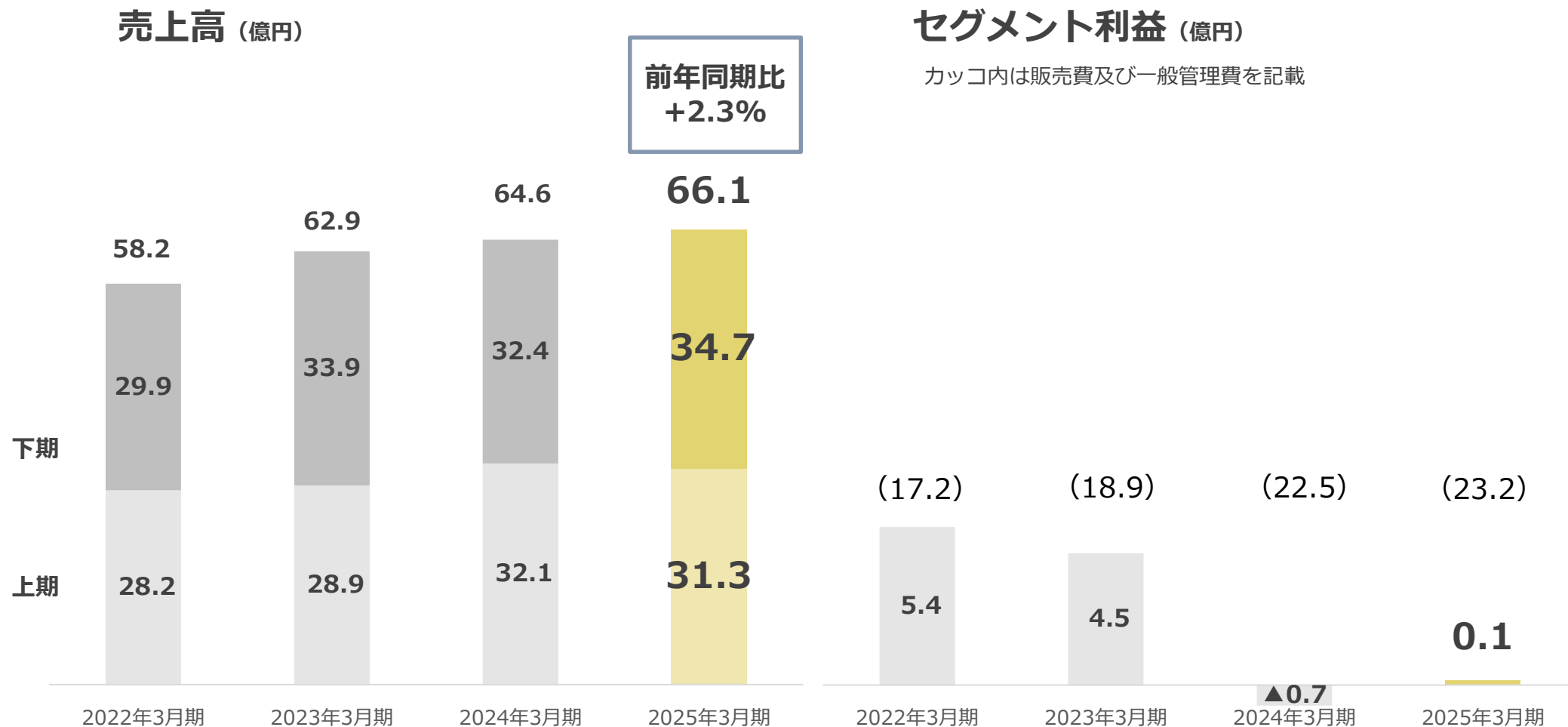
売上高 (億円)



セグメント利益 (億円)



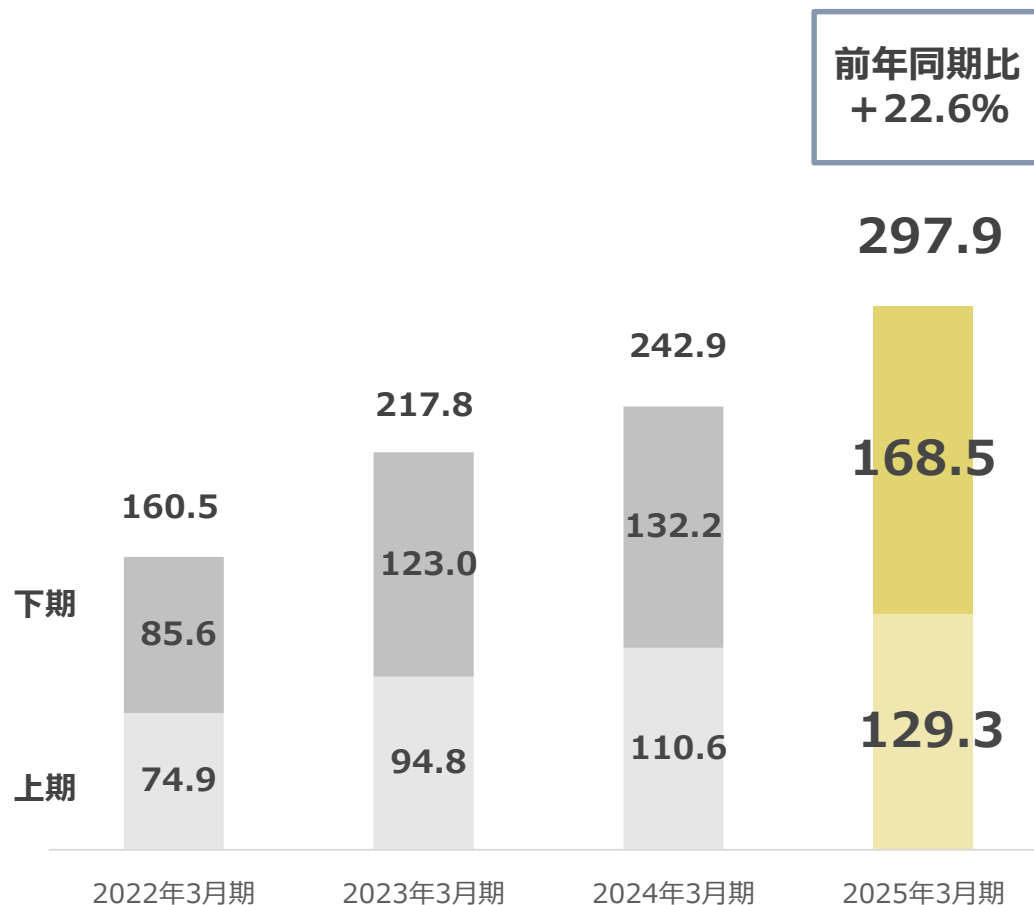
国内エクステリアセグメント 売上高/利益推移



海外セグメント 売上高/利益推移

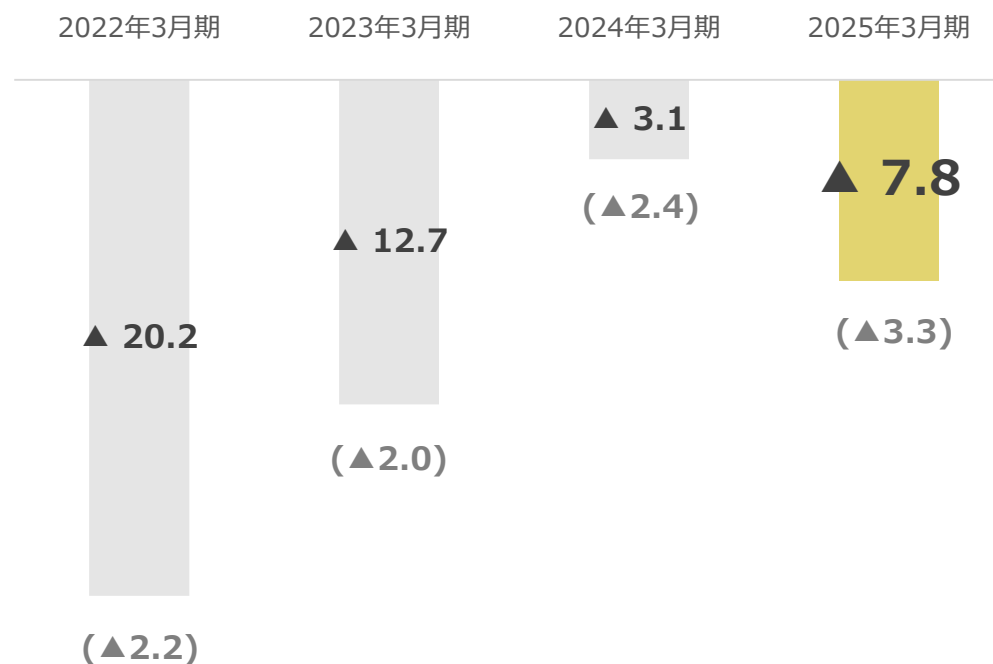
(連結累計期間は2024年1月～12月)

売上高 (億円)



セグメント利益 (億円)

カッコ内は海外ビジネスユニット損益



※2024年3月期より、サンゲツ単体の海外ビジネスユニット損益を、従来の国内インテリアセグメントから、海外セグメントに算入しています。上表では過去との比較のため、参考値として2022年3月期～2023年3月期については、同期間の海外ビジネスユニット（旧海外事業部）の損益算入後の結果を記載しております。

2. 2026年3月期 業績予想

2026年3月期 業績予想の前提

■ 事業環境

- ・ 国内市場環境は、新築住宅市場を中心に前年同期比で弱含み
- ・ 海外セグメントにおいて最も事業規模の大きい米国では、主力のホテル市場における建築着工数は前年同期比で増加見通し

■ 業績見通し

(国内インテリアセグメント)

- ・ 数量は前年同期比で弱含みで推移するも、各商品のシェア拡大を進める
- ・ 仕入コストや人件費等を中心とする販管費の継続的なコストアップ影響が前年同期比で増加
- ・ 数量減やコスト影響を2024年12月に実施した価格改定等によりカバーする見込み
- ・ 一方、火災影響により2025年2月から受注停止している一部の床材商品については、2025年度の第2四半期より段階的な販売再開を予定

(海外セグメント)

- ・ 堅調な受注を確保している北米が業績を牽引するとともに、空間デザイン・施工事業を担うD'Perception社の通期業績寄与や東南アジア・中国の業績改善により黒字転換を目指す

連結業績予想

2025年5月14日公表

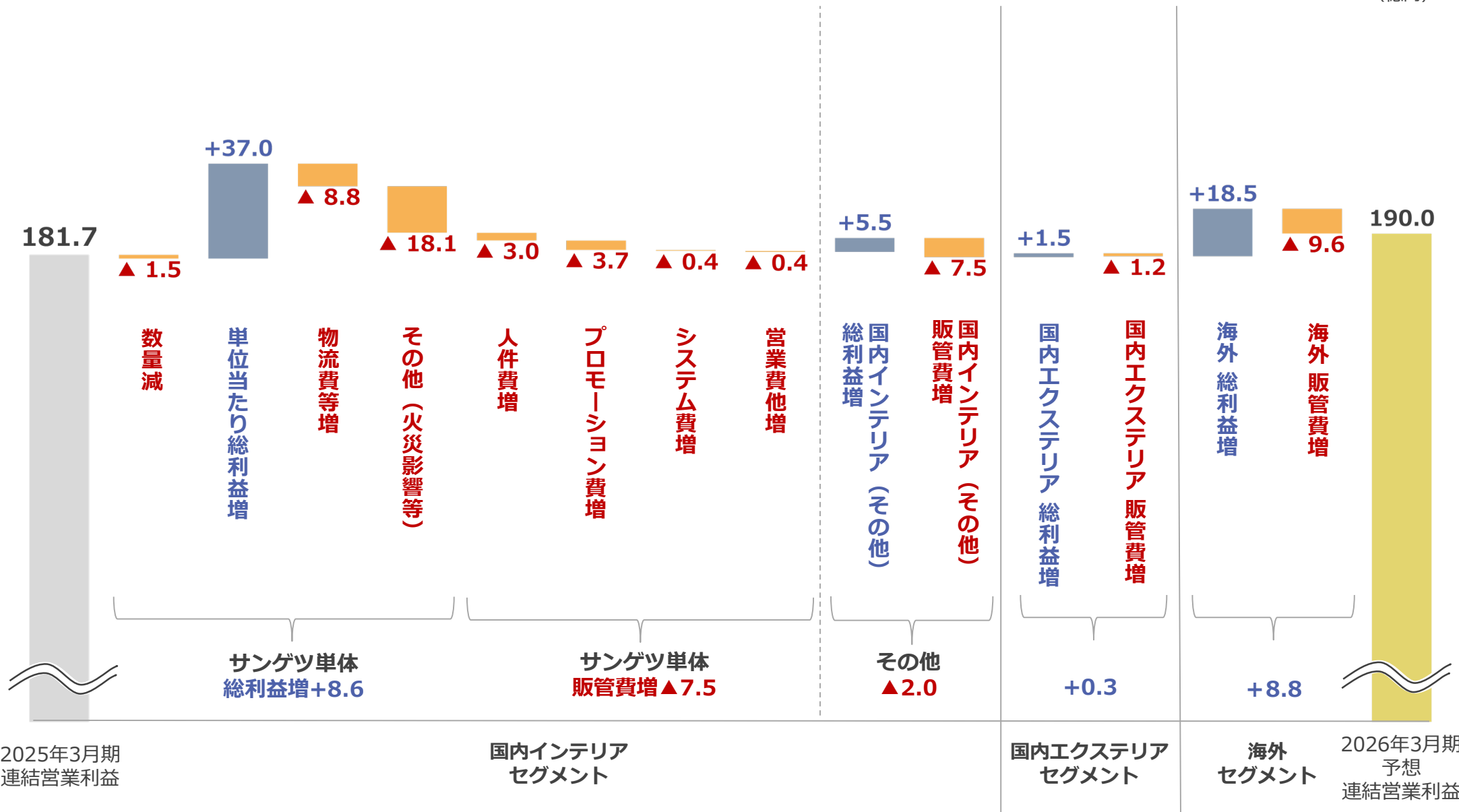
	2025年3月期	2026年3月期 (億円、%)					
	通期	通期		上期		下期	
	実績	予想	前年同期比	予想	前年同期比	予想	前年同期比
売上高	2,003.7	2,100.0	+96.2 (+4.8%)	990.0	+51.2 (+5.5%)	1,110.0	+44.9 (+4.2%)
売上総利益	623.7	658.0	+34.2 (+5.5%)	307.0	+17.2 (+5.9%)	351.0	+17.0 (+5.1%)
(利益率)	(31.1%)	(31.3%)		(31.0%)		(31.6%)	
販売費及び 一般管理費	441.9	468.0	+26.0 (+5.9%)	233.0	+17.0 (+7.9%)	235.0	+8.9 (+4.0%)
営業利益	181.7	190.0	+8.2 (+4.5%)	74.0	+0.2 (+0.3%)	116.0	+8.0 (+7.5%)
(利益率)	(9.1%)	(9.0%)		(7.5%)		(10.5%)	
経常利益	186.0	195.0	+8.9 (+4.8%)	76.5	+0.4 (+0.6%)	118.5	+8.5 (+7.7%)
親会社株主に帰属する 当期純利益	125.6	130.0	+4.3 (+3.4%)	51.0	+1.0 (+2.1%)	79.0	+3.2 (+4.3%)

セグメント別業績予想

		2025年 3月期	2026年3月期 (億円、%)					
		通期	通期		上期		下期	
		実績	予想	前年同期比	予想	前年同期比	予想	前年同期比
国内 インテリア	売上高	1,639.8	1,667.0	+27.1 (+1.7%)	784.0	+5.8 (+0.8%)	883.0	+21.2 (+2.5%)
	営業利益	189.4	188.5	▲0.9 (▲0.5%)	75.5	▲4.5 (▲5.7%)	113.0	+3.6 (+3.4%)
国内 エクステリア	売上高	66.1	76.0	+9.8 (+14.9%)	37.0	+5.6 (+17.9%)	39.0	+4.2 (+12.3%)
	営業利益	0.1	0.5	+0.3 (+190.6%)	0.0	+0.4 (-)	0.5	▲0.0 (▲14.1%)
海外	売上高	297.9	357.0	+59.0 (+19.8%)	169.0	+39.6 (+30.6%)	188.0	+19.4 (+11.5%)
	営業利益	▲7.8	1.0	+8.8 (-)	▲1.5	+4.3 (-)	2.5	+4.4 (-)
セグメント間 取引調整	売上高	▲0.1	-	-	-	-	-	-
	営業利益	0.0	-	-	-	-	-	-
合計	売上高	2,003.7	2,100.0	+96.2 (+4.8%)	990.0	+51.2 (+5.5%)	1,110.0	+44.9 (+4.2%)
	営業利益	181.7	190.0	+8.2 (+4.5%)	74.0	+0.2 (+0.3%)	116.0	+8.0 (+7.5%)

連結営業利益予想の増減（前年同期比 4-3月）

（億円）



3.中期経営計画(2023-2025) 【BX 2025】進捗状況

中期経営計画【BX 2025】 基本方針

中期経営計画(2023-2025) 【 BX 2025 】 — 次の飛躍に備える3年間 —

基本方針

スペースクリエーションの価値を高めるソリューション力を強化・拡充し、強固な収益力と成長力を持つスペースクリエーション企業へと転換、主要商品・市場の事業拡張に加え、商品の拡充、エクステリア事業・海外事業の拡大を実行する。

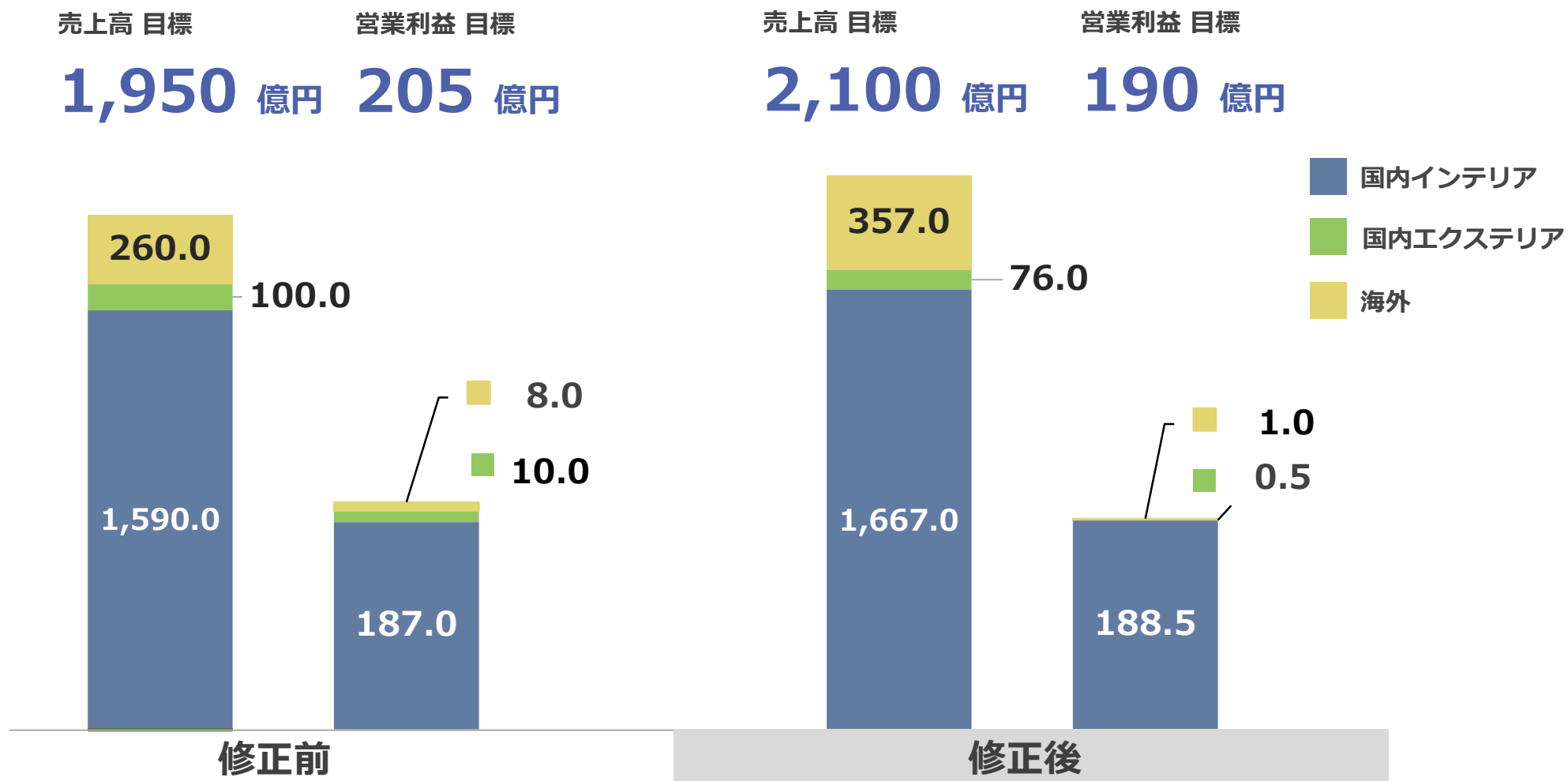
また、さらなる長期的成長を可能ならしめる事業を展開するべく、スペースオペレーション事業の可能性を検討する。

中計目標の見直しについて

2026年 3 月期 業績目標

	修正前	修正後
① 連結売上高	1,950億円	2,100億円
② 連結営業利益	205億円	190億円
③ 連結当期純利益	145億円	130億円
④ ROE	14.0%	11.5%
⑤ ROIC	14.0%	14.0%
⑥ CCC	65日	70日

中期経営計画策定時とのギャップ



中期経営計画策定時の想定と比較すると、国内インテリアセグメントは計画以上である一方、その他のセグメントの利益貢献には結びついていない状況

仕入先工場火災の影響への対応

■影響見本帳

- ①Sフロア（複層ビニル床シート、主に非住宅用途、一部住宅）
- ②ノンスキッド（防滑性ビニル床シート、主に集合住宅）

■供給再開見通し

- ①Sフロア
 - ・7月中：供給停止中の商品のうち約9割程度の商品供給再開
 - ・12月中：残る約1割程度の商品供給再開
- ②ノンスキッド
 - ・11月中：ほぼ全点の商品供給再開

**2025年内に
全商品供給再開
見通し**

■販売影響

7月に商品供給を再開予定。ただし、回復には一定の時間を要するものと想定

■収益への影響額見込み

売上高 約50億円程度を予想

海外事業 北米

■ 米国市場の状況

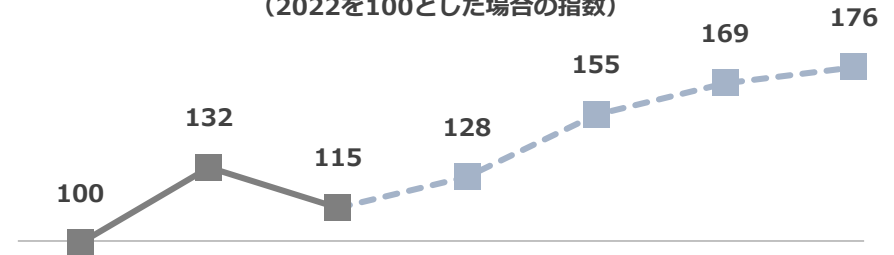
- ・メインとなるホテル市場は2025年以降伸長の見通し
- ・北米で事業を行うグループ会社 Koroseal社 自体のBooking（受注予定金額）も堅調

■ 安定的な利益創出基盤を確立、より高い成長へ

- ・価格改定や営業体制の再編、報酬制度の見直しといった営業施策に加え、ロス率の改善等を通じた製造コストの低減が利益への貢献につながっている
- ・事業の安定的成長をより盤石にするため、製造能力のさらなる活用を見据えた営業・販売戦略を実行する
- ・取り扱い商品の拡大を含む成長施策を検討する

米国ホテル市場の推移予測※

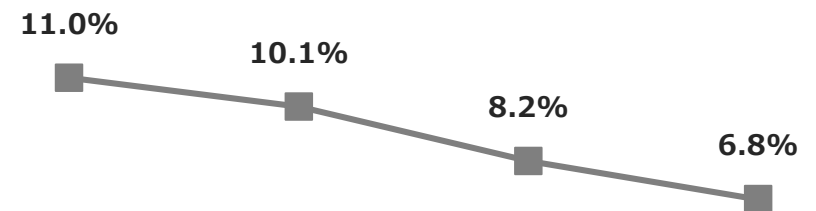
（2022を100とした場合の指数）



※出典：Construction Connect Construction Starts Forecast より抜粋

2022年 2023年 2024年 2025年 2026年 2027年 2028年

ロス率※



※北米におけるロス率の一般水準はおよそ10%前後

2022年

2023年

2024年

2025年4月累計

■ アジア市場の状況

各国の濃淡あるも、観光産業の活性化等による継続的な市場成長を見込む
中国・香港市場については厳しい状況が継続

■ 経営体制の刷新とさらなるシナジーの創出

- Distribution事業においては、課題の大きい拠点を中心に経営体制の刷新と組織の再構築を実行し、収益改善を目指す
- Design & Build事業においては、東南アジアでのDistribution事業とのシナジーに加えて、サンゲツとの連携による日系企業の攻略を含めた、グループ全体におけるシナジーの創出を目指す



Design & Build事業を担うD'Perception社の納品事例

エクステリア事業

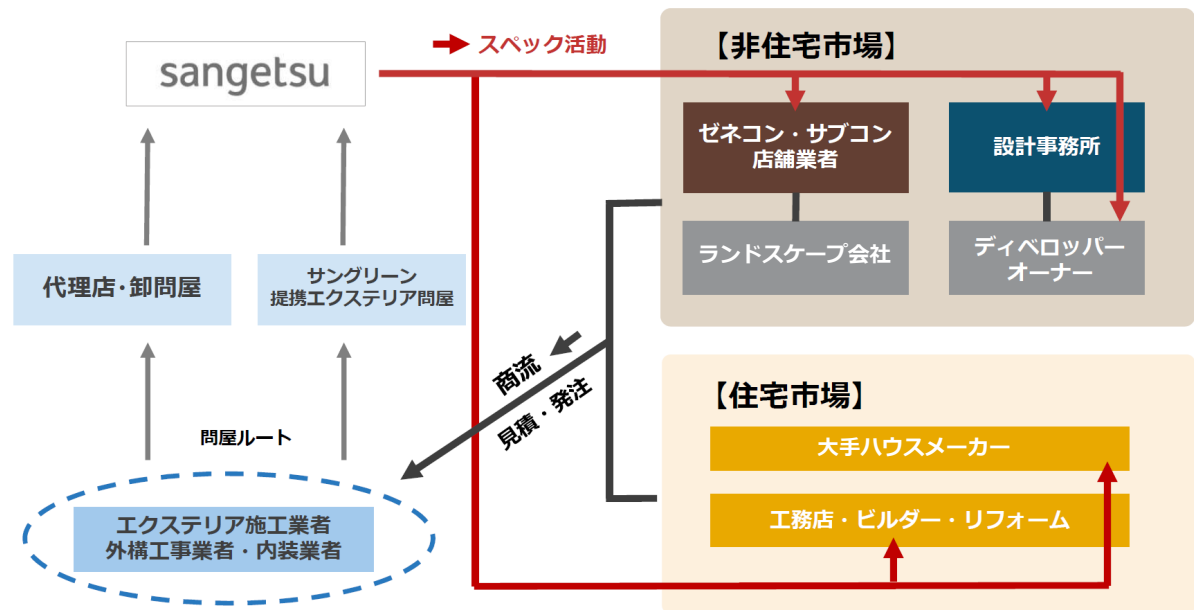
■株式会社サングリーンにおける営業体制の再構築

エクステリアを担うグループ会社サングリーンにおいて、営業組織の再編を実行中核である流通事業の強化とともに、新規分野の戦略立て直しを図る

- ・流通事業における販売力と仕入交渉力強化
- ・非住宅分野を中心とする新規分野・顧客の開拓、専門特化した空間提案活動の実施

■グループ全体でのエクステリア事業強化

- ・サンゲツグループ独自のエクステリア商品を開発し、2025年度中に発売予定
- ・既存商流に加え、サンゲツの営業ネットワークを活用した販路の拡大を図る



空間総合事業（国内インテリアセグメント内）

■ 空間総合事業の拡大

空間総合提案における事業企画、空間デザイン・設計、施工、営業、プロジェクトマネジメント・マーケティングを一気通貫で担う「空間総合事業部」を創設

2024年度においては、ソリューション営業への意識が高まり、全国的に空間総合案件の受注が進んだ

社内における実績・ノウハウの蓄積が進むも、以下の課題がより明確に。PDCAを通じた進捗管理を実行する

- ・ 基礎収益力向上
- ・ 事業としての基盤構築
（収益管理、法令順守、品質等）
- ・ 空間総合に係る社員スキルアップと生産性向上
- ・ グループ会社との連携深化



当社がオフィスエリアの内装空間の設計・デザイン監修を手掛けた事例

SUIISO no MORI hub
事業主：日本特殊陶業株式会社
設計施工：株式会社宇佐美組
意匠設計：株式会社サンゲツ
所在地：愛知県 小牧市

市場のニーズ、課題に即した商品戦略

■ 世界最大規模のカーペットメーカー・ShawContract社の床材取り扱いをスタート



ShawContract

- ・床材の設計・製造を通して世界の空間トレンドをけん引するカーペットメーカー
- ・国内外のラグジュアリーなインテリア空間で多く採用
- ・Berkshire Hathaway Inc. の100%子会社
- ・本社米国のほか、アジア（中国・シンガポールなど）、欧州、南米などに展開

- ・主に非住宅市場（オフィス・ホテルなど）で使用するハイグレードカテゴリーの床材商品の訴求力アップ。建設市場における需要が高い市場のニーズを取り込む
- ・ハイグレードカテゴリーにおける商品ラインアップを拡充し、デザインと環境配慮対応の両軸で、より多様なニーズに対応できる総合力を強化。NT/DTを含めたカーペットタイル全体での競争力強化や、中型商品の高付加価値化と合わせて、シェア拡大を目指す
- ・商品提案だけでなく、空間総合提案とのシナジーにより、さらに質の高いソリューションを提供する

グループ力強化に向けた組織改編

- ・国内インテリアに次ぐ海外、エクステリア、空間総合事業をより実質的に進める体制
- ・デジタル資本の強化に向けたDX部門を創設
- ・ソリューション提案力＋競争力強化のための新部署を創設
- ・全社重要課題として、連結経営、成長投資、生産性向上を見据えた推進担当を任命

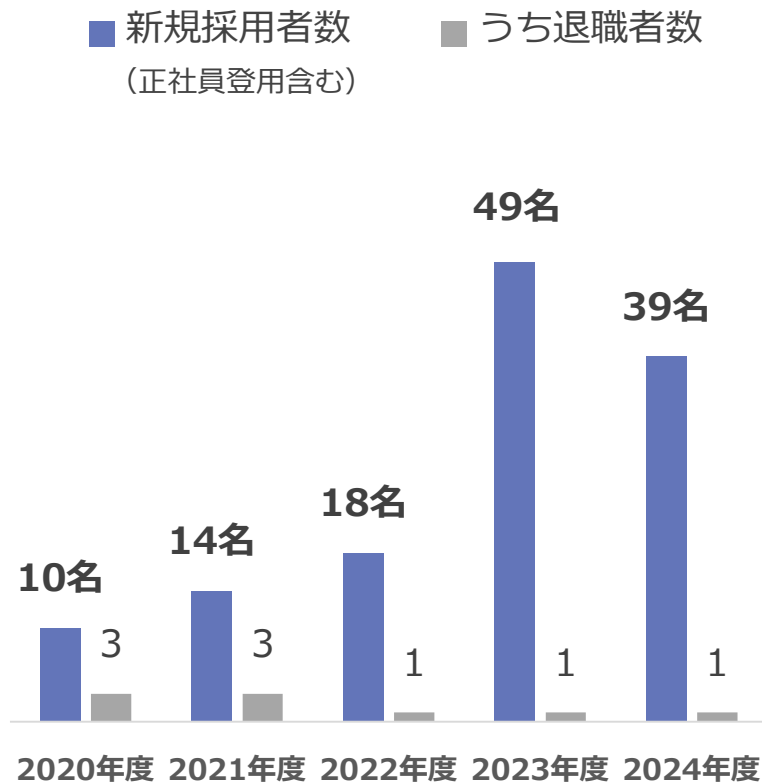


新規事業の探索・創出

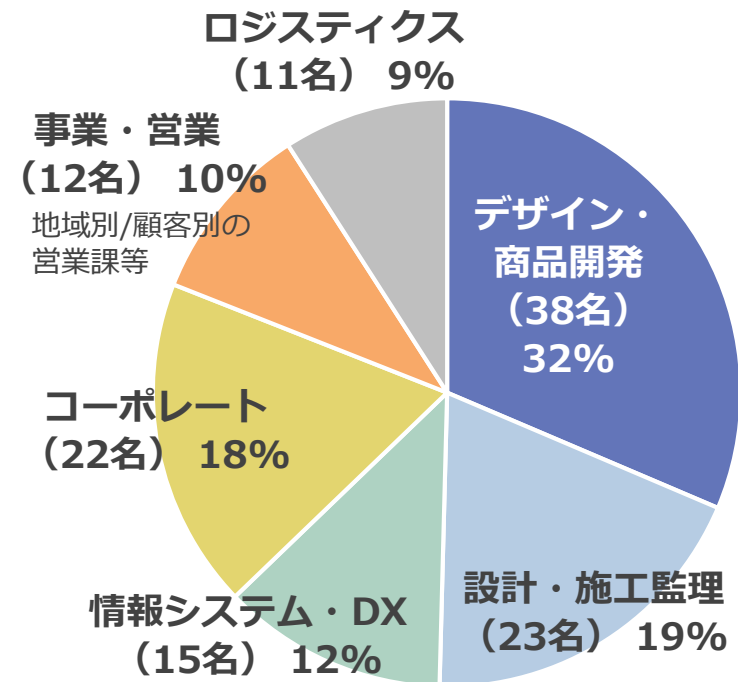
1. 人的資本の拡大・高度化・活躍支援

■ キャリア採用の進捗状況

採用人数



職種別 採用割合

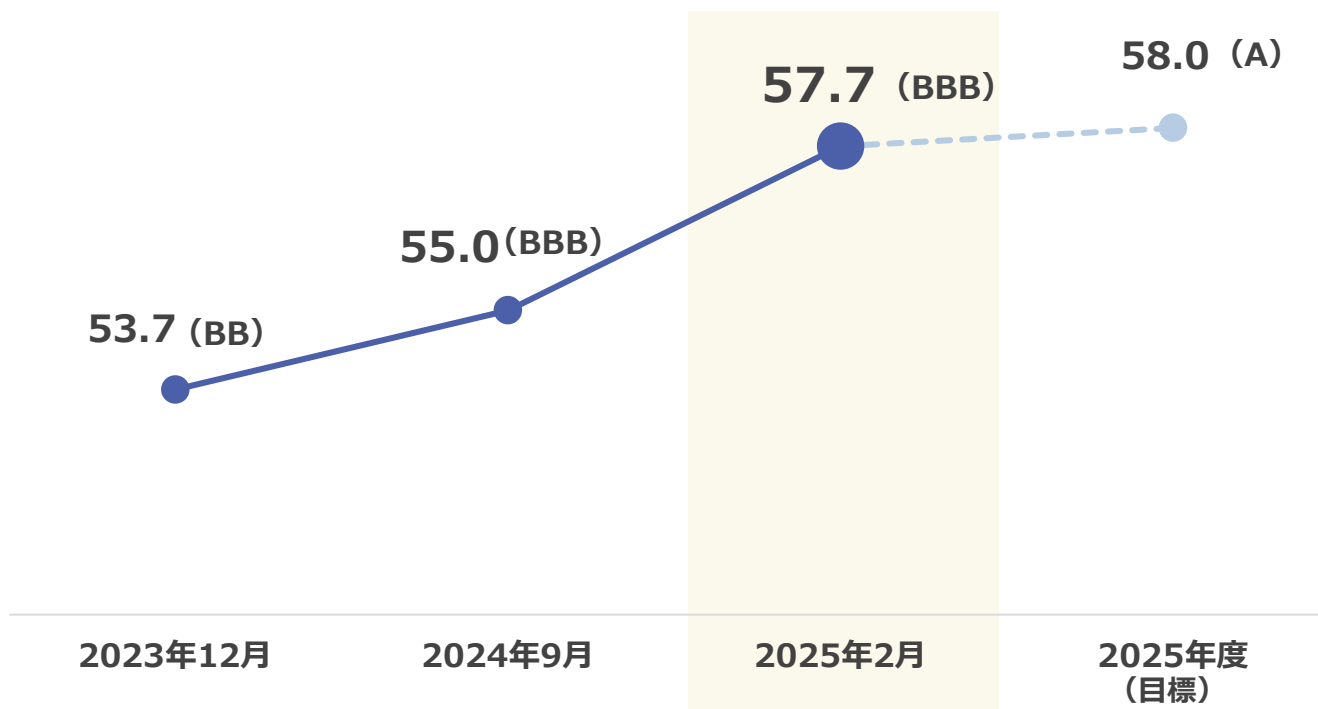


※対象：2020年度以降に入社
採用人数から退職者数を除いた人数

1. 人的資本の拡大・高度化・活躍支援

■エンゲージメントスコア[※]の推移

※株式会社リンクアンドモチベーション社の提供するサービス「モチベーションクラウド」によるスコア



■進捗状況

2025年2月時点では、前回の55.0 (BBB) から57.7 (BBB) へと向上した。特に上司領域が大きく改善。サーベイ結果を参考に上司と部下が一緒に改善に取り組むアクションプランの実行や、全管理職者向けに実施した研修も奏功した。引き続き、項目別や組織・職務等級・年代といったさまざまな観点での分析を通じ、より効果的なデータ活用と目標の達成を目指す

2.デジタル資本の蓄積・分析・活用

商流・物流データ活用を通じての営業・物流の効率化、確実化

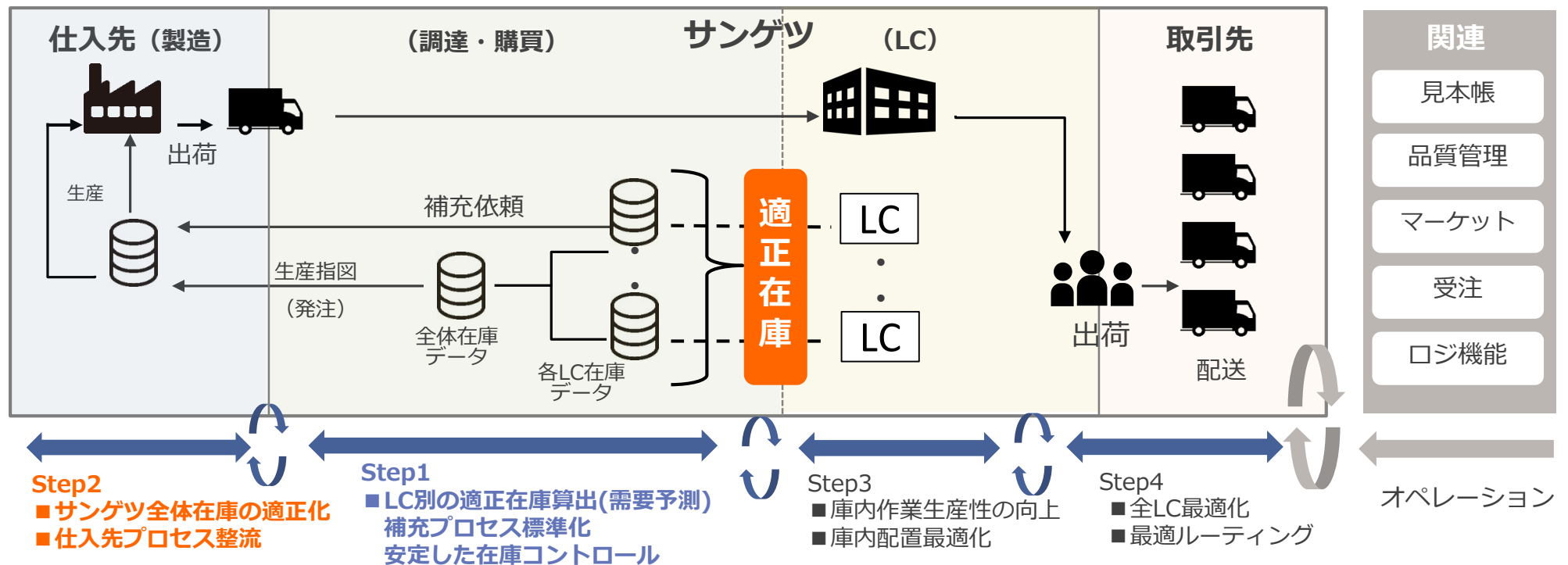
■サプライチェーンマネジメント強化に向けた取り組み

目的

- ・在庫適正化
- ・仕入計画の機能UPと協働による仕入先プロセスの整流
- ・コスト削減による利益向上
- ・配送サービスのレベルUPによる受注・売上増

SCM見直しの全体像

※LC：ロジスティクスセンター



- ・ Step1では、デカップリングポイント※であるサンゲツLCが持つ在庫の最適化を完了。
- ・ Step2では、生産工程への指図にかかるロジックとフローを整備構築する。

2.デジタル資本の蓄積・分析・活用

商流・物流データ活用を通じての営業・物流の効率化、確実化

※LC：ロジスティクスセンター

想定スケジュール

完了は2026年を想定。Step1は完了。Step2では、生産工程への指図にかかるロジックとフローを整備構築し、サンゲツ全体在庫の適正化を進める。

	2024			2025				2026
	4	7	10	1	4	7	10	1
Scope	Step1(完了)							
				Step2				
						Step3～		

現状の進捗と成果 Step1の改善効果

従前との比較	
平均在庫量（M／日）	-5.3%
平均在庫金額（円／日）	-4.2%
補充指図回数（回／日）	-6.6%

ロジックおよび自動補充フローを高度化・拡充することで、平均在庫量/金額および補充指図回数が改善・最適化。全LCにおいて在庫の適正化・業務効率化の効果が確認されている

対象：見本帳掲載商品（壁装材・床材・ファブリック）
※廃番・特注等は除く

3.ソリューション提供力の強化

ロジスティクス体制の地理的・機能的な拡充、強化

■株式会社SDSグループ会社化

従来から当社ロジスティクスセンターで出荷・配送を担ってきたパナシアロジ株式会社より、当社向け事業を分割。株式を100%取得しグループ会社化。東北から九州まで、幅広いエリアで物流事業を展開

「配送物」としての内装材の特徴

- ・ 異形物かつ重量物である
- ・ トラックへの手積み、手降ろし作業が発生する等、ドライバーへの負荷が高い



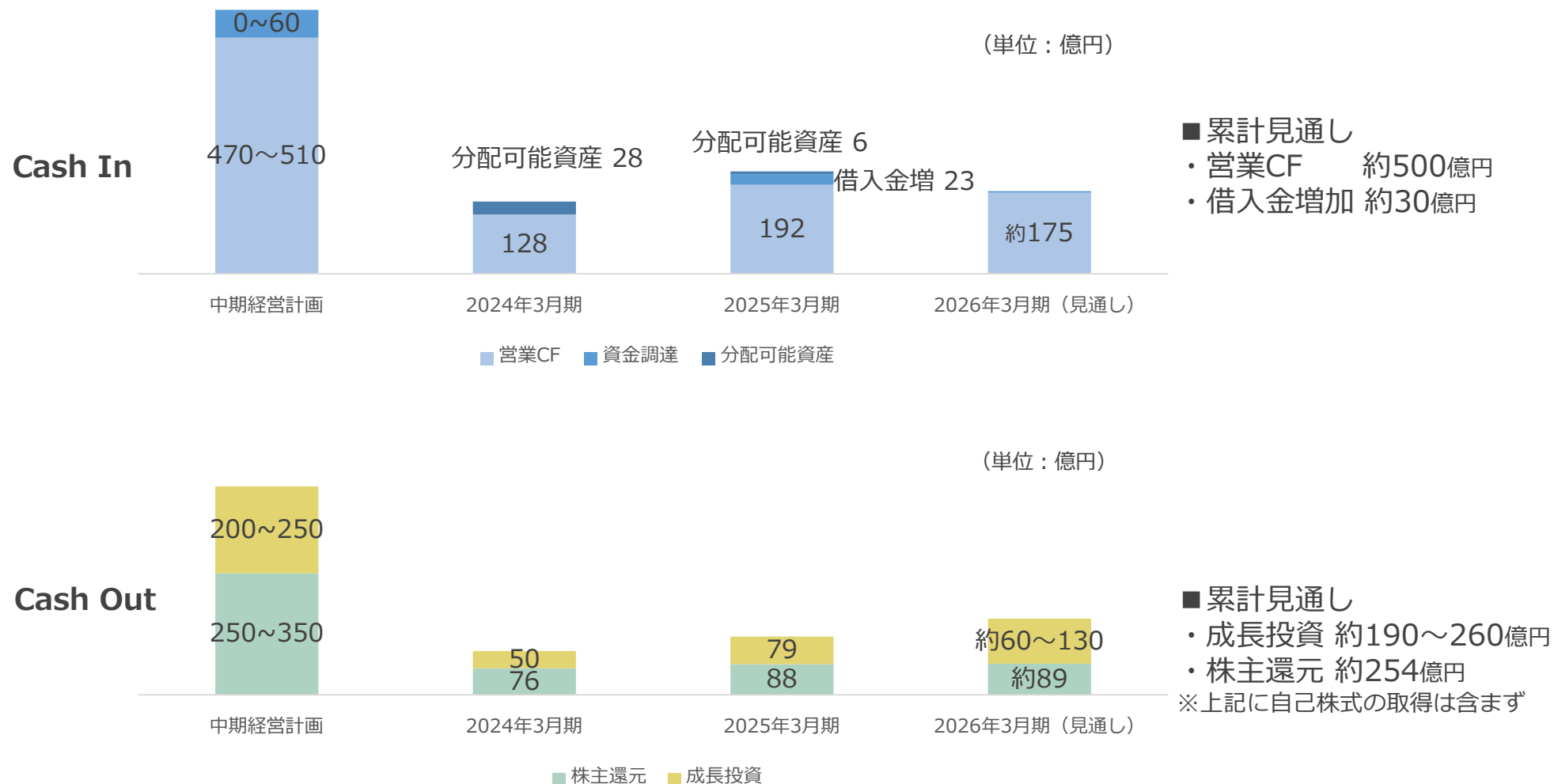
株式会社SDSをグループ会社化することで、物流業界における人手不足や業界再編への打ち手とする。また、持続的な物流機能の維持・強化という視点に加えて、さらなる事業拡大を見据えた配送サービスの高度化や効率的な調達物流の構築等を行い、サプライチェーン全体でのポジション強化を目指す



資本政策 中期経営計画【BX 2025】資金配分

■現時点における2026年3月期の資金配分見通し

持続的な成長に向けた投資状況によって、各項目は変動する見込み



資本政策 中期経営計画【BX 2025】株主還元

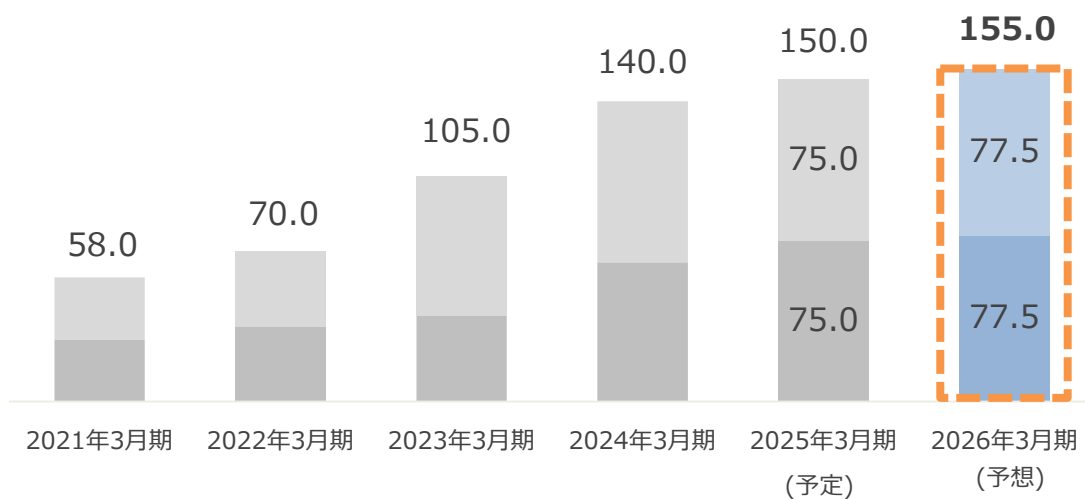
■現中計期間（2024～2026年3月期）における株主還元方針

- ・ 2026年3月末の自己資本を950～1,050 億円 とする
- ・ 株主還元は配当を主体とし、1株当たり年間配当金は130円を下限に、安定的な増配を目指す
- ・ 市場の状況により自己株式の取得も検討する



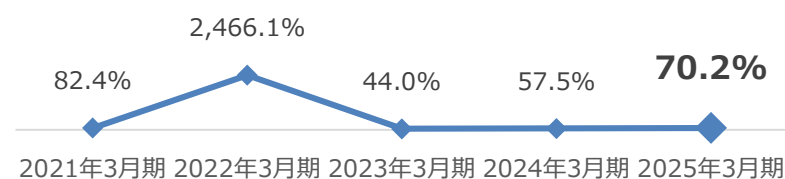
・ 一株当たり配当金推移

(単位：円)

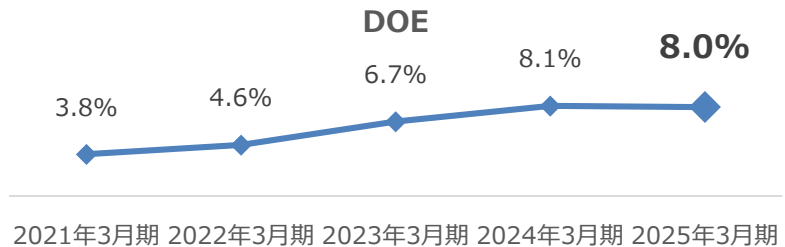


・ 参考指標

総還元性向



DOE



参考 中期経営計画【BX 2025】経済価値

経済価値目標の見通し（2025年5月時点）

	項目	単位	範囲	2026年3月期 中期経営計画 見直し前	2026年3月期 見通し・中期経 営計画見直し後	2024年3月期	2025年3月期
定量目標	連結売上高	億円	単年	1,950	2,100	1,898	2,003
	連結営業利益	億円	単年	205	190	191	181
	連結当期純利益	億円	単年	145	130	142	125
	ROE	%	単年	14.0	11.5	14.1	11.4
	ROIC	%	単年	14.0	14.0	14.8	13.7
	CCC	日	単年	65.0	70.0	71.5	72.0
資金配分	営業CF	億円	単年 (累計)	470～510	約175 (約500)	128	192 (320)
	成長投資（投資CF）	億円	単年 (累計)	200～250	約60～130 (約190～260)	50	79 (129)
	株主還元※1	億円	単年 (累計)	250～350	約89 (約254)	76	88 (164)
	保有現金同等物※2	億円	期末	200～250	約300～370	253	340
	借入金※3	億円	期末	増減 ▲80～60 (約6～146)	約+30 (約120)	(57.1)	(110.9)
株主還元方針	自己資本 (株主資本) ※1	億円	期末	950～1,050	約1,170 (約1,090)	1,066 (1,007)	1,130 (1,046)
	一株当たり配当金	円	単年	130下限	155	140	150
	自己株式の取得	億円	単年	適宜	適宜	-	-

※1 2026年3月期見通しの「株主還元」「自己資本／株主資本」には、配当金のみを織り込んでいる状況

※2 現預金と株式以外の有価証券

※3 2023年3月期 借入金 86.0億円

参考 中期経営計画【BX 2025】社会価値

	項目	単位	範囲	2025年度（2026年3月期） 中期経営計画	2023年度	2024年度
地球環境 事業活動(Scope 1 & 2)における環境負荷の低減※1	GHG排出量	t-CO2e	連結	2021年度比 28%削減	26,836 (11.9%削減)	27,866 (8.6%削減)
	GHG排出量	t-CO2e	単体	2018年度比 60%削減	4,871 (40.0%削減)	4,488 (44.7%削減)
	使用エネルギー量	GJ	単体	2018年度比 6%削減	121,626 (17.9%削減)	117,339 (20.8%削減)
	リサイクル率	%	単体	90%以上	74.5	87.4%
人的資本 社員の健康と能力開発、 風土改革	非喫煙率	%	単体	85%以上	79.1	78.6
	人的資本投資額	億円	単体	3年間合計 7億円	2.3	2.7
	キャリア採用者数	名	単体	3年間合計 60~80名	49	39
	エンゲージメント スコア	—	単体	58.0(A)	53.7(BB)	57.7(BBB)
人的資本 DE&Iの推進	女性管理職比率※2	%	単体	25.0%以上	21.2	22.8
	障がい者雇用率	%	単体	4.0%以上	3.5	3.2
	男性育休取得率	%	単体	2週間以上 100%	2週間以上 100%	2週間以上 100%
社会資本 コミュニティへの参画	児童養護施設 改修活動	件	連結	50件/年間	59	55
	マッチングギフト	S-mile	連結	18,000 S-mile	13,238	18,289
	社会貢献活動費	千円	連結	特定団体への継続寄付※3	43,985	32,234

※1 2024年度実績につきましては速報値であり、GHG排出量（連結・単体）と使用エネルギー量（単体）の正式な数値については

第三者認証の取得が完了したのち、当社Webサイトにて開示させていただきます

※2 人事異動の時期を鑑み、各年とも4月1日の数値で算定しております

※3 年間経常利益の0.3%~0.5%を目途とし、寄付は特定の団体に継続的に実施中

将来見通しに関する注意事項

本資料には当社の「将来に関する記述に該当する情報」が記載されています。本資料における記述のうち、過去または現在の実事に関するもの以外は、将来予測に関する記述に該当します。

これら将来予測に関する記述は、現在入手可能な情報に鑑みてなされた当社の仮定および判断に基づくものであり、これには既知または未知のリスクおよび不確実性ならびにその他の要因が内在しており、それらの要因による影響を受ける恐れがあります。

Joy of Design